

HELSINGIN YLIOPISTON KOULUTUS- JA KEHITTÄMISKESKUS PALMENIA

Päivi Hakala: Asiakaslähtöisyys ja asiakasyhteistyö apteekin strategiana

Apteekkifarmasian erikoistumisopinnot proviisoreille, PD

Projektityö, 44 s., 5 liitettä (8 s.)

Projektityön ohjaajat: Apteekkari Elina Panula-Lehto, Kauhajoen Nuotti Apteekki

Apteekkari Ullamaija Tiitinen, Isonkyrön apteekki

Joulukuu 2007

TIIVISTELMÄ

Asiakaslähtöisyys ja asiakasyhteistyö ovat palvelualalla tärkeimpiä kilpailuvaltteja. Strategiset valinnat ja suunnitelmat on tehtävä myös apteekkialalla. Asiakastyytyväisyyskyselyt ja teemahaastattelut ovat keinoja selvittää, miten asiakkaat kokevat saamansa palvelun.

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää kehittämiskohteet Isonkyrön apteekin asiakaspalvelussa tulevaisuutta ajatellen ja laatia tutkimustulosten perusteella strategiasuunnitelma vuosille 2008-2011.

Isonkyrön apteekki muutti helmikuussa 2006 uusiin suurempiin tiloihin ja samalla reseptien toimistapa muuttui suoratoimitusmalliin. Laihian apteekissa (= vertailuapteekkimme) on siirrytty reseptien suoratoimitusmalliin jo vuonna 2003. Asiakastyytyväisyyskyselyjä tutkimuksessa oli kolme: Isonkyrön apteekin vanhoissa tiloissa toteutettu lokakuussa 2005 (132 vastausta) ja uusissa tiloissa huhtikuussa 2007 (216 vastausta) sekä vertailukysely Laihian apteekissa toukokuussa 2007 (199 vastausta).

Asiakastyytyväisyyskyselyjen tietoja syvennettiin Isonkyrön apteekin osalta vielä ryhmähaastattelujen avulla. Haastateltavia yhteistyökumppaniryhmiä oli kolme: yksityiset palvelutuottajat (3 haastateltavaa), potilasjärjestöt (8 haastateltavaa) ja julkinen sektori (15 haastateltavaa).

Isonkyrön apteekin muutto uusiin suurempiin tiloihin ja siirtyminen suoratoimitusmalliin on otettu kiitettävästi vastaan. Laihian apteekin palveluun ollaan myös tyytyväisiä. Laihialaiset kaipasivat parannusta reseptiasiakastilojen intymiteettisuojaan ja asiakastiloihin enemmän tilaa. Tulokset ovat valtakunnallisten tutkimustulosten kanssa yhtenevät. Ryhmähaastatteluissa nousivat samat teemat esiin kuin kyselyissäkin, joten ne tukivat saatuja tutkimustuloksia. Samalla saatiin hyviä yksittäisiä ja toteuttamiskelpoisia kehitysideoita.

Tutkimustuloksista jatkettiin kehitystyötä strategisten valintojen kautta strategiakartan laadintaan. Tämän avulla pyritään ennakoimaan muutoksia ja reagoimaan niihin ajoissa, jotta apteekki säilyisi elinvoimaisena ammattiapteekkina myös tulevaisuudessa. Yhä tiiviimmän asiakasyhteistyön, asiakasuskollisuuden säilyttämisen sekä motivoituneen, kouluttautuneen ja innovatiivisen henkilökunnan kanssa jatketaan eteenpäin toimintaympäristöstä tulevien muutospaineiden keskellä. Nämä strategiset painopistealueet takaavat apteekin kannattavuuden jatkossakin.

Tutkimuksen perusteella voidaan haastatteluja suositella syventämään asiakastyytyväisyyskyselyjä. Haastattelut antavat paljon enemmän, vaikka ovatkin työlämpiä toteuttaa. Muuttuvasta ympäristöstä tarvitaan syvällisempää tietoa kuin mitä pelkät kyselytutkimukset yksistään antavat.

AVAINSANAT: Asiakaslähtöisyys, asiakasuskollisuus, asiakasyhteistyö, strategia, strategiakartta

